N° 11-621-MIF au catalogue — N° 065
ISSN : 1707-0511
ISBN : 978-0-662-07595-7

Analyse en bref

Magasinage de Noël : le bilan de 2006

par Joseph Patrick Dunlavy

Division de la statistique du commerce
Édifice Jean Talon, 11ième étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone : 1-800-263-1136

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Magasinage de Noël : le bilan de 2006

Joseph Patrick Dunlavy

Comité de revue : Lucy Chung, John Flanders, Jane Lin, Diane Galarneau, Mary Beth Garneau, Paul Gratton, Serge Grenier, Philip Smith et Monica Weise

Contribution spéciale : Susie Fortier

Rédacteur : Christian Houle

Rédacteur en chef : Yvan Gervais

Publication : Debi Soucy

Décembre 2007

N° 11-621-MIF2007065 au catalogue
ISSN : 1707-0511
ISBN : 978-0-662-07695-7
Fréquence : hors série
Ottawa

Pour obtenir de plus amples renseignements :
Service national de renseignements : 1-800-263-1136
Demandes par courriel : analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada
© Ministre de l'Industrie, 2007

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

2008-03287/

Magasinage de Noël : le bilan de 2006

Joseph Patrick Dunlavy, Division de la statistique du commerce

Résumé

Traditionnellement, les détaillants canadiens réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires en décembre, et 2006 ne fait pas exception. Les ventes autour de la période de Noël peuvent déterminer si l'année a été profitable ou non pour plusieurs types de magasins, mais cette situation s'avère encore plus importante du côté des magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et des bijouteries, de même que pour les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers.

Dans ces types de magasins, les ventes de décembre 2006 ont représenté plus du double de la moyenne des ventes mensuelles pour le reste de l'année.

Le commerce de détail fait partie des rares industries présentes dans toutes les villes et tous les villages au pays, que ce soit sous la bannière d'un grand détaillant national ou du petit dépanneur. Cette activité fournit de l'emploi à de nombreux Canadiens, presque autant en fait que le secteur de la fabrication en 2006. Les données sur l'emploi de l'Enquête sur la population active (EPA) donnent un autre indice de l'incidence considérable de la fin de l'année pour le commerce de détail. De fait, comme les années précédentes, c'est en novembre et décembre que les niveaux d'emploi ont atteint des sommets en 2006.

Au total, les consommateurs canadiens ont laissé 28,7 milliards de dollars dans les caisses des détaillants en décembre dernier, si on exclut le secteur de l'automobile.

Les ventes au détail réalisées en décembre 2006 avaient augmenté de 6,2 % par rapport à décembre 2005, une fois les données désaisonnalisées et ajustées pour tenir compte du nombre de jours ouvrables. Il s'agit de la hausse la plus prononcée de décembre à décembre depuis 1997 dans les secteurs du détail autres que l'automobile.

À l'échelle nationale, la dépense moyenne par habitant s'est établie à 874 $ en décembre 2006, soit beaucoup plus que la moyenne mensuelle de 630 $ par habitant durant le reste de l'année.

De nouveau en 2006[1], c'est en Alberta que les dépenses par habitant ont été les plus élevées dans les magasins de détail en décembre. Les consommateurs et les entreprises de cette province ont dépensé dans les magasins de détail l'équivalent de quelque 1 113 $ par habitant, suivis de près par ceux des Territoires du Nord-Ouest et du Yukon, avec plus de 1 000 $ par habitant.

En Ontario, les ventes au détail par habitant étaient en deçà de la moyenne nationale en décembre 2006, un phénomène observé pour la deuxième année de suite. Pour la première fois depuis que ces données sont disponibles, soit depuis 1991, la Saskatchewan n'est pas arrivée dernière parmi les provinces et les territoires au chapitre des ventes au détail par habitant. Cette exclusivité est revenue au Québec, où les ventes au détail se sont chiffrées à 791 $ par habitant.

Deux provinces de l'Est occupent les premiers rangs pour ce qui est de l'augmentation des ventes en décembre par rapport aux moyennes des onze mois précédents en 2006. Il s'agit de Terre-Neuve-et-Labrador et de la Nouvelle-Écosse, où les ventes étaient en hausse de 47,5 % et de 44,6 % respectivement.

Toujours en 2006, près du tiers des ventes au détail réalisées au Canada ont eu lieu dans les régions métropolitaines de recensement (RMR) de Toronto, de Montréal et de Vancouver.

1. Voir Jane Lin, « Le magasinage de Noël : perspective provinciale », *Analyse en bref*, produit n° 11-621-MIF2005034 au catalogue de Statistique Canada, 2005, http://www.statcan.ca/francais/research/11-621-MIF/11-621-MIF2005034.htm (site consulté le 20 novembre 2007).

Cependant, les habitudes de magasinage ont différé dans les trois RMR. À Toronto et Vancouver, les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont affiché les plus fortes augmentations des ventes en décembre par rapport aux autres mois, tandis qu'à Montréal, la palme revient aux magasins de bière, de vin et de spiritueux.

Le mois de décembre n'a pas la même incidence pour tous les types de détaillants. Pour certains, c'est même la période la plus calme de l'année. Les centres de rénovation et les quincailleries, notamment, ont enregistré seulement 7,0 % de leurs ventes annuelles en décembre 2006, et ce chiffre baisse à 6,8 % du côté des détaillants de matériaux de construction spécialisés et de matériel de jardinage.

Dans cette étude, on analyse les ventes au détail du mois de décembre tant au niveau national que provincial et pour les trois plus grandes RMR du Canada en utilisant les données de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail de manière à identifier les différences de consommation au pays.

Ventes au détail en décembre 2006 au Canada : un autre sommet

Traditionnellement, les détaillants canadiens réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires en décembre, et 2006 ne fait pas exception. Durant le dernier mois de l'année, les ventes au détail[2] ont atteint 28,7 milliards de dollars, soit 11,2 % du total pour 2006.

Tableau 1 Ventes mensuelles du commerce de détail et leur part pour l'année 2006 dans les secteurs autres que l'automobile, Canada

	Ventes mensuelles	Part des ventes mensuelles (sans le secteur de l'automobile)
	milliards de dollars	%
Janvier	17,3	6,8
Février	16,6	6,5
Mars	19,4	7,6
Avril	20,2	7,9
Mai	22,0	8,6
Juin	22,3	8,7
Juillet	21,8	8,5
Août	22,1	8,6
Septembre	22,0	8,6
Octobre	21,3	8,3
Novembre	22,2	8,7
Décembre	28,7	11,2
Total	**255,9**	**100,0**

Note : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.
Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

2. Les données sur les ventes au détail de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail dans cette étude ne sont pas désaisonnalisées, sauf indication contraire.

Les ventes au détail totales excluant le secteur de l'automobile au Canada ont connu une tendance à la hausse au cours des dernières années. Cependant, les fluctuations des ventes totales en cours d'année et observées sur le long terme, aussi appelées les effets saisonniers, se sont répétées en 2006. Bien que la saisonnalité varie selon le type de magasin, l'année 2006 a connu les fluctuations d'une année typique, en commençant lentement, puis les ventes ont remonté vers la fin du printemps, atteignant un plateau jusqu'à la période des fêtes suivante se terminant par un décembre fabuleux.

Sont exclues de la présente étude les ventes au détail des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion, de véhicules de plaisance et de pièces, ainsi que celles des stations-service. Elles ont totalisé 34,3 % du commerce de détail en 2006.

Le commerce de détail – un rouage important dans tout le Canada

Le commerce de détail fait partie des rares industries présentes dans toutes les villes et tous les villages au pays, que ce soit sous la bannière d'un grand détaillant national ou du petit dépanneur. Cette activité fournit de l'emploi à de nombreux Canadiens, presque autant en fait que le secteur de la fabrication en 2006. Le bond enregistré en décembre dans le commerce du détail ne se reflète pas seulement dans les ventes au détail. Selon l'Enquête sur la population active, l'emploi dans le secteur du détail a suivi la même progression que les ventes à la fin de 2006. Comme les années précédentes, les mois de novembre et décembre ont affiché des niveaux d'emplois nettement supérieurs aux autres mois, atteignant des sommets pour l'année.

Tableau 2 Niveaux d'emplois mensuels dans le secteur du commerce de détail, Canada, 2006

	Emplois dans le commerce de détail
	milliers
Janvier	1 987
Février	1 970
Mars	1 975
Avril	2 001
Mai	2 032
Juin	2 012
Juillet	2 033
Août	2 029
Septembre	2 026
Octobre	2 044
Novembre	2 092
Décembre	2 083

Note : Les données incluent le secteur de l'automobile de la vente au détail.
Source : Statistique Canada, Enquête sur la population active.

L'importance du commerce de détail est confirmée par son apport grandissant au produit intérieur brut (PIB) national. En 2006, le secteur du détail a généré environ 6,0 % du PIB. Il s'agissait aussi du deuxième employeur en importance au Canada, représentant 12,3 % de l'emploi total, tout juste derrière le secteur de la fabrication. Quelque 56 000 nouveaux travailleurs ont intégré le secteur du détail en 2006, ce qui constitue la hausse la plus marquée pour l'ensemble des industries.

Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries – la plus importante augmentation des ventes en décembre

Les magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries ont enregistré les gains les plus importants en décembre. Ces détaillants ont plus que doublé leur moyenne des onze premiers mois de 2006. Les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont connu des hausses du même ordre de grandeur. D'autres types de magasins ont presque doublé leurs ventes en décembre : les magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies, ainsi que les magasins de vêtements. Ces quatre types de magasins offrent des articles traditionnellement populaires au temps des fêtes.

Dans le groupe des magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries, la période de décembre s'avère encore plus capitale pour les magasins de bagages et de maroquinerie et les bijouteries. En effet, leurs ventes sont plus de trois fois supérieures aux moyennes mensuelles enregistrées de janvier à novembre.

Les détaillants ne profitent pas tous également de l'effervescence du temps des fêtes. Les centres de rénovation et les quincailleries, de même que les magasins de matériaux de construction spécialisés et d'articles de jardinage connaissaient en fait un fléchissement de leurs ventes comparativement à leurs moyennes mensuelles du reste de l'année. Ainsi, les centres de rénovation et les quincailleries ont réalisé seulement 7,0 % de leurs ventes annuelles en décembre 2006, et ce chiffre baisse à 6,8 % chez les détaillants de matériaux de construction spécialisés et d'articles de jardinage.

Même si les supermarchés, les dépanneurs et les magasins d'alimentation spécialisés ne semblaient pas particulièrement bénéficier de la période des fêtes, les magasins de bière, de vin et de spiritueux quant à eux faisaient des affaires d'or. Leurs ventes bondissaient à 60 % au-dessus des moyennes mensuelles du reste de l'année.

Les détaillants de marchandises diverses ont vendu pour 6 milliards de dollars en 2006, et ils ont conservé leur part du marché des fêtes avec presque 21 % des ventes totales. Dans leur cas, les ventes atteignent 1,6 fois la moyenne des autres mois de l'année.

Graphique 1 Les hausses des ventes en décembre étaient plus importantes pour certains détaillants que pour d'autres

1 Incluant les bijouteries.
2 Incluant magasins de musique et les librairies.
Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0014.

Les Albertains toujours champions de la consommation en décembre

Poursuivant sur leur lancée, ce sont les Albertains qui, de tous les Canadiens, ont dépensé le plus par habitant dans le secteur des ventes au détail en décembre 2006. En moyenne, les Albertains ont dépensé 1 113 $ chacun, ce qui les place loin devant la moyenne nationale de 874 $.

En décembre, les magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries de la province ont réalisé des ventes plus de deux fois et demie supérieures aux moyennes mensuelles de janvier à novembre, même si ces magasins ne contribuaient qu'à 3,8 % seulement des ventes totales de décembre.

Les magasins de marchandises diverses de l'Alberta ont pour leur part obtenu 20,6 % des ventes au détail totales en décembre, avec des ventes s'élevant à 59,4 % de plus que la moyenne mensuelle de janvier à novembre.

Tableau 3 Ventes au détail par habitant, selon la province ou le territoire, décembre et moyennes mensuelles des 11 autres mois de 2006

	Ventes au détail par habitant (sans le secteur automobile)	
	Décembre 2006	Moyenne des 11 autres mois de 2006
	$	
Alberta	1 113	787
Territoires du Nord-Ouest	1 052	794
Yukon	1 027	785
Nouvelle-Écosse	920	637
Colombie-Britannique	915	656
Terre-Neuve-et-Labrador	880	597
Canada	**874**	**630**
Ontario	855	598
Nouveau-Brunswick	850	603
Nunavut	817	687
Manitoba	815	592
Île-du-Prince-Édouard	812	608
Saskatchewan	802	573
Québec	791	614

Source: Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Depuis que ces données sont disponibles, soit depuis 1991, la Saskatchewan avait toujours été au dernier rang des provinces et des territoires pour ce qui est des ventes au détail par habitant. En 2006, grâce à une remontée de 26,3 % des ventes des magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et des librairies, de même qu'à la progression de 18,5 % des ventes des magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers, la Saskatchewan est passée devant le Québec.

En Ontario, pour la deuxième année consécutive, les ventes par habitant ont été inférieures à la moyenne canadienne en 2006. Auparavant, depuis 1991, l'Ontario s'était toujours maintenue au-dessus de la moyenne nationale.

La Nouvelle-Écosse a délogé la Colombie-Britannique de la quatrième place pour ce qui est des ventes au détail par habitant en décembre 2006. Les augmentations des ventes de décembre à décembre des magasins de meubles (+25,5 %), ainsi que celles des pharmacies et des magasins de produits de soins personnels (+19,0 %) ont permis à la Nouvelle-Écosse de gravir un échelon au chapitre de l'augmentation des ventes par habitant par rapport à 2004.

Deux provinces de l'Est en tête pour l'augmentation des ventes en décembre

De toutes les provinces et de tous les territoires, c'est Terre-Neuve-et-Labrador qui a connu la plus forte augmentation des ventes au détail totales en décembre, suivie par la Nouvelle-Écosse. Les ventes au détail ont fait un bond de 47,5 % par rapport aux moyennes des 11 derniers mois à Terre-Neuve-et-Labrador. La Nouvelle-Écosse arrive au second rang, avec des ventes de fin d'année dépassant de 44,6 % la moyenne mensuelle de janvier à novembre.

Tableau 4 Ventes totale du commerce de détail selon la province ou le territoire, 2006

	Ventes au détail (sans le secteur automobile)		
	Décembre 2006	Moyenne des 11 autres mois de 2006	Différence
	milliers de dollars		%
Terre-Neuve-et-Labrador	447 666	303 467	47,5
Nouvelle-Écosse	859 937	594 905	44,6
Ontario	10 892 316	7 616 770	43,0
Alberta	3 819 446	2 698 800	41,5
Nouveau-Brunswick	636 700	451 629	41,0
Saskatchewan	793 962	567 625	39,9
Colombie-Britannique	3 979 765	2 854 303	39,4
Canada	28 674 594	20 658 380	38,8
Manitoba	962 019	698 845	37,7
Île-du-Prince-Édouard	112 125	84 002	33,5
Territoires du Nord-Ouest	44 532	33 599	32,5
Yukon	31 816	24 311	30,9
Québec	6 069 366	4 709 146	28,9
Nunavut	24 941	20 978	18,9

Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

À Terre-Neuve-et-Labrador, les ventes au détail réalisées en décembre représentaient 11,8 % des ventes annuelles. La croissance a été considérable dans diverses catégories de magasins à Terre-Neuve-et-Labrador en décembre. Conformément à la tendance générale observée au pays, les magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries ont connu la plus forte remontée, avec des ventes s'établissant à 2,8 fois les moyennes mensuelles du reste de l'année. Pour leur part, les magasins de vêtements, d'articles de sport et de passe-temps, de musique et les librairies ainsi que les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont au moins doublé leurs ventes en décembre.

En 2006, les magasins néo-écossais de chaussures, vêtements et les bijouteries ont presque triplé leurs ventes comparativement aux moyennes des 11 mois précédents. L'ensemble des ventes au détail enregistrées en décembre 2006 représentait 11,6 % des ventes au détail totales réalisées durant l'année en Nouvelle-Écosse.

Les trois plus grandes villes canadiennes cumulent près du tiers des ventes

En 2006, près du tiers des achats effectués chez des détaillants canadiens l'ont été dans les RMR de Toronto, de Montréal ou de Vancouver. Ensemble, les détaillants des trois métropoles ont cumulé des chiffres d'affaires de 81,0 milliards de dollars, ce qui représente 31,7 % des achats au détail à l'échelle nationale. Le sommet de décembre dans ces RMR compte pour beaucoup dans la hausse globale des ventes au détail dans les provinces concernées. Cependant, les habitudes de magasinage diffèrent dans chacune des trois villes.

Tableau 5 Ventes au détail en décembre et rapport au reste de l'année dans les trois plus grandes villes canadiennes, selon les types de magasins, 2006

	Ventes au détail de décembre					
	Toronto		Montréal		Vancouver	
	millions de $	%[1]	millions de $	%[1]	millions de $	%[1]
Total du commerce de détail sans le secteur de l'automobile	**4 333,2**	**46,9**	**2 942,6**	**30,0**	**1 862,7**	**40,8**
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	321,6	140,3	162,7	108,5	159,3	103,0
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	196,7	104,4	102,8	89,7	68,8	100,9
Magasins de vêtements	522,6	93,0	255,2	61,2	183,4	81,4
Magasins d'articles de sports, de passe-temps, de musique et librairies	209,5	86,1	152,6	75,7	94,5	76,5
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	360,0	83,5	141,6	125,1	81,1	78,9
Magasins de marchandises diverses	804,9	61,6	486,4	54,0	305,9	57,5
Magasins d'accessoires de maison	115,8	57,9	65,6	56,0	59,9	65,7
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	21,9	34,6	20,5	33,4	10,0	15,2
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	93,5	22,5	143,6	-0,2	56,9	15,0
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	410,7	21,7	384,9	19,6	178,0	44,5
Magasins de meubles	149,8	19,8	139,0	8,5	68,0	14,0
Supermarchés	747,0	16,7	608,6	10,7	439,5	18,4
Regroupement de commerces[2]	379,2	1,5	279,0	-8,7	157,4	-6,1

Notes : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.
Pour protéger la confidentialité, certaines des 18 catégories de type de magasins sont regroupées.

1. Le pourcentage s'obtient en calculant la différence relative des ventes de décembre par rapport à la moyenne des 11 autres mois.
2. Les types de magasins suivants ont été regroupés : les centres de rénovation et quincailleries, les magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage et les détaillants divers.

Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Ventes de décembre plus élevées à Toronto

Parmi les trois grandes villes à l'étude, c'est à Toronto que les ventes au détail de décembre représentent le pourcentage le plus élevé du total annuel. Les ventes de décembre augmentaient de 46,9 % par rapport aux moyennes des 11 mois précédents.

En décembre 2006, les ventes des détaillants torontois d'appareils électroniques et d'électroménagers ont connu une flambée nettement supérieure à celles de leurs homologues des autres domaines, leur chiffre d'affaires atteignant 2,4 fois les moyennes de janvier à novembre. Suivent au deuxième rang les magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries, qui ont doublé leurs ventes en décembre. Les magasins de vêtements, d'articles de sports, de passe-temps, de musique, les librairies, ainsi que les magasins de bière, de vin et de spiritueux ont aussi fait de bonnes affaires, mais les hausses ont été moins spectaculaires.

En Ontario à l'extérieur de Toronto, le boom de décembre a été tout aussi important, bien que les hausses des ventes étaient différentes selon les catégories de détaillants. Les magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries ainsi que les magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies de l'extérieur de Toronto ont connu une plus forte hausse de leurs ventes en décembre. En revanche, les magasins de bière, de vin et de spiritueux, ainsi que ceux qui vendent des articles d'accessoires de maison n'ont pas profité de la même ruée que ceux de Toronto.

Le bond de décembre moins élevé à Montréal

Montréal semble moins touchée par la frénésie qui s'empare généralement du secteur des ventes au détail durant le dernier mois de l'année au Canada. Dans cette ville, 10,6 % seulement des ventes au détail ont été effectuées en décembre, seulement 30.0 % au-dessus de la moyenne des 11 autres mois.

À Montréal, les magasins de bière, de vin et de spiritueux, de même que les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont plus que doublé leurs ventes en décembre par rapport aux moyennes des onze mois précédents. Ces magasins ont connu les plus fortes hausses des ventes en décembre.

Ailleurs au Québec, la hausse de fin d'année a été encore moins prononcée qu'à Montréal, ce qui suppose que les ventes enregistrées à Montréal ont contribué à gonfler la moyenne globale de la province. Seuls les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers sont parvenus à doubler leurs ventes par rapport à la moyenne dans le reste du Québec.

Vancouver à égalité avec les autres régions de la Colombie-Britannique

La RMR de Vancouver a suivi les tendances nationales de plus près que Montréal, les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers y affichant les plus importants gains en décembre 2006. À Vancouver, les ventes au détail de décembre ont compté pour 11,3 % du total annuel, soit une augmentation de 40,8 % par rapport à la moyenne des ventes des autres mois de l'année.

En décembre, les consommateurs de Vancouver ont augmenté leurs achats dans les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers, contribuant ainsi à doubler leurs ventes comparativement à la moyenne mensuelle du reste de 2006. La seule autre catégorie où les ventes ont doublé est celle des magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries. À l'extérieur de Vancouver, les ventes ont aussi été bonnes dans ces deux types de magasins, de même que dans ceux qui vendent des articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies : dans les deux cas, les ventes ont atteint le double de la moyenne des mois précédents.

Un mot sur les territoires

En décembre 2006, à plus de 1 000 $ par habitant, les ventes au détail au Yukon et dans les Territoires du Nord-Ouest ont nettement dépassé la moyenne nationale, arrivant tout juste derrière celles de l'Alberta.

Le Nunavut est le seul territoire où les niveaux de dépenses par habitant étaient en deçà de la moyenne nationale pour décembre. C'est aussi là que les dépenses totales dans le secteur du détail ont le moins augmenté en décembre, toutes provinces et tous territoires confondus, se situant à 10 points de pourcentage derrière le Québec. Les hausses enregistrées en décembre s'établissent à 18,9 % seulement au Nunavut, contre 28,9 % au Québec et, tout en haut de la liste, 47,5 % à Terre-Neuve-et-Labrador.

Sources des données et méthodes

La présente analyse porte sur les ventes au détail de décembre à partir des données de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail (EMCD). L'EMCD vise diverses entreprises de détail réparties dans différentes régions de l'ensemble des provinces et des territoires canadiens. Dans la présente étude, sont exclues les ventes au détail des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion, de véhicules de plaisance et de pièces, de même que celles des stations-service, sauf quand expressément noté. Depuis 2004, des données sont publiées pour les RMR de Toronto, de Montréal et de Vancouver.

Les données utilisées dans le présent document ne sont pas désaisonnalisées, sauf indication contraire.

En outre, les données sont réparties dans 18 grands groupes de commerce, qui peuvent être regroupés en 8 secteurs. Ces groupes sont définis par le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN 2002).

Les ventes des « détaillants hors magasin » – celles qui se font dans les machines distributrices, notamment – ainsi que celles des détaillants qui font le gros des transactions par Internet ne font l'objet de l'EMCD ni, par conséquent, de la présente analyse.

Les ventes par habitant ont été calculées à partir des estimations de population postcensitaires provisoires pour janvier, extraites des *Statistiques démographiques trimestrielles*. Pour cette étude, les estimations au 1er janvier ont été utilisées pour chaque province pour les calculs des ventes par habitant pour décembre, mais aussi pour la moyenne des ventes par habitant des onze autres mois.